

# **ANALISIS KUNJUNGAN OBYEK WISATA MUSEUM SANGIRAN KABUPATEN SRAGEN**



## **SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi  
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

**Sholekhatu Ridlo**  
**NIM. C2B009101**

**FAKULTAS EKONOMIKA dan BISNIS**  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
**SEMARANG**  
**2015**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Sholekhatu Ridlo

Nomor Induk Mahasiswa : C2B 009 101

Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Ilmu Ekonomi dan Studi  
Pembangunan

Judul Skripsi : **ANALISIS KUNJUNGAN OBJEK WISATA  
MUSEUM SANGIRAN KABUPATEN SRAGEN**

Dosen Pembimbing : Dr. Nugroho, SBM, M.Si.

Semarang, 24 Desember 2014

Dosen Pembimbing,

**Dr. Nugroho, SBM, M.Si**  
NIP. 196105061987031002

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Penyusun : Sholekhatu Ridlo

Nomor Induk Mahasiswa : C2B009101

Fakultas / Jurusan : Ekonomi / IESP (Ilmu Ekonomi dan Studi  
Pembangunan)

Judul Usulan Penelitian Skripsi : **ANALISIS KUNJUNGAN OBYEK  
WISATA MUSEUM SANGIRAN  
KABUPATEN SRAGEN**

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal ..... 2015**

Tim Penguji :

1. Dr. Nugroho, SBM.,MSi ( .....)
2. Drs. Eddy Yusuf AG., MSc. Ph.D ( .....)
3. Evi Yulia Purwanti., S.E., MSi ( .....)

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Sholekhatu Ridlo, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“ANALISIS KUNJUNGAN OBJEK WISATA MUSEUM SANGIRAN KABUPATEN SRAGEN”** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 24 Desember 2014

Sholekhatu Ridlo  
NIM. C2B009101

## **ABSTRACT**

*Attractions Sangiran Museum has significant potential to be developed as a unique tourist potential, which is the only largest fossil museum in Central Java. Some of the factors that influence the number of visits to the museum Sangiran include travel expenses, facilities, age, time, average income per month, the distance and the historical value of Sangiran Museum. This study aims to determine the effect of the variable cost of a trip to the attractions, individual income variable, the variable time, variable distance, age, variable facilities, and historical value of the variable to the number of visits Sangiran Museum attraction Sangiran Museum and determine the economic value Museum Sangiran as historical attractions. Sangiran Museum chosen because of high tourism potential but are not supported with easy access to the attractions when attraction has the potential historical value.*

*The sampling method in this study using quota sampling and accidental sampling. This study took a sample of 100 respondents are tourists who are visiting attraction Sangiran Museum. Analysis tools used in this research is ordinal regression logit model with the number of visits as the dependent variable and seven other variables as independent variables. The distance variable and age, negatively affect the number of visits attractions while the variable cost of travel, individual income, facilities, leisure, and historical value Sangiran Museum shows a positive influence on the number of requests attractions. Significant variable is the variable cost of travel, income, free time, facilities, and the value of historical attractions. While the distance variable, and age did not affect the number of visits were significant attraction Sangiran Museum.*

**Keywords :** *Sragen, travel cost, consumer surplus, economic value, attraction of Sangiran Museum*

## **ABSTRAK**

Objek wisata Museum Sangiran memiliki potensi cukup besar untuk dikembangkan karena potensi wisata yang unik, yaitu satu-satunya museum fosil terbesar di Jawa Tengah. Beberapa faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke objek wisata Museum Sangiran antara lain biaya perjalanan, fasilitas, umur, waktu luang, pendapatan rata-rata per bulan, jarak dan nilai sejarah dari Museum Sangiran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel biaya perjalanan ke objek wisata, variabel pendapatan individu, variabel waktu luang, variabel jarak, variabel umur, variabel fasilitas-fasilitas, dan variabel nilai sejarah Museum Sangiran terhadap jumlah kunjungan objek wisata Museum Sangiran dan mengetahui nilai ekonomi Museum Sangiran sebagai objek wisata sejarah. Museum Sangiran dipilih karena potensi wisata yang tinggi tetapi tidak didukung dengan kemudahan akses menuju objek wisata padahal objek wisata memiliki potensi nilai sejarah yang tinggi.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel kuota dan sampling aksidental. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden yaitu wisatawan nusantara yang sedang berkunjung ke objek wisata Museum Sangiran. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi ordinal model logit dengan jumlah kunjungan sebagai variabel dependen dan tujuh variabel lain sebagai variabel independen. Diketahui bahwa variabel jarak dan umur, berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan objek wisata sedangkan variabel biaya perjalanan, pendapatan individu, fasilitas, waktu luang, dan nilai sejarah Museum Sangiran menunjukkan pengaruh yang positif terhadap jumlah permintaan objek wisata. Variabel yang signifikan yaitu variabel biaya perjalanan, pendapatan, waktu luang, fasilitas, dan, nilai sejarah objek wisata. Sedangkan variabel jarak, dan umur tidak signifikan mempengaruhi jumlah kunjungan objek wisata Museum Sangiran.

**Kata Kunci :** Sragen, biaya perjalanan, surplus konsumen, nilai ekonomi, objek wisata Museum Sangiran

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tertinggi kepada Allah SWT yang selalu mencurahkan anugerah dan penyertaannya yang selalu menuntun penulis sehingga skripsi dengan judul **“ANALISIS KUNJUNGAN OBJEK WISATA MUSEUM SANGIRAN KABUPATEN SRAGEN”** dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dikarenakan adanya campur tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan dan dukungan yang begitu besar dari:

1. Bapak Dr. Suharnomo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. Nugroho, SBM, M.Si selaku Dosen Pembimbing, atas waktu, perhatian, arahan, dan segala bimbingan kepada penulis selama penulisan skripsi ini. Terima kasih juga atas ilmu yang diberikan kepada saya.
3. Dr. Hadi Sasana, S.E, M.Si selaku dosen wali dan Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Ibu Evi Yulia P, MSi, selaku Koordinator Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Reguler II yang selalu mendengarkan curhatan penulis serta memberikan arahan dan masukan bagi penulis.
5. Bapak dan Ibuk (H. Pratmin dan Hj. Sriyati), terimakasih atas semua doa dan dukungannya selama ini. Semoga Ridlo dapat menjadi yang terbaik buat

Bapak dan Ibu, sebagaimana Bapak dan Ibu adalah orang yang terbaik buat Ridlo. Amin

6. Adik-adik saya Syaiful Imam, Silvi Rahmadhanti, dan Muhammad Nur Ihsan. Semoga mas kalian ini menjadi orang yang sukses, rajin ibadah, dan sebagai anak pertama yang bisa menjadi contoh yang baik untuk kalian. Amin
7. Teman-teman satu angkatan, IESP 2009 dan semua teman-teman Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Terima kasih atas motivasi yang kalian berikan, senang bisa kenal dengan kalian. Semoga apa yang kita inginkan di masa depan sesuai dengan apa yang kita inginkan. Amin
8. Para Dosen dan seluruh staf FEB UNDIP yang membantu dalam proses belajar mengajar selama kuliah, yang telah membantu dalam memberikan ilmu dan arahnya kepada penyusun selama melakukan studi di kampus ini.
9. Para petinggi dan staf Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Tengah dan BPS dan Dinas Pariwisata Sragen, terima kasih telah mempermudah penulis untuk mencari data.
10. Terimakasih kepada semua responden yang telah meluangkan waktu dan mengisi kuesioner penelitian selama di objek penelitian Museum Sangiran. Serta seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Akhirnya dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam



menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Semarang, 24 Desember 2014  
Penulis,

Sholekhatu Ridlo  
NIM. C2B009101

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I</b>	
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	11
1.4 Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II</b>	
TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 Teori Permintaan .....	13
2.1.2 Pariwisata dan Permintaan Pariwisata.....	18
2.1.2.1 Pengertian Pariwisata.....	18
2.1.2.2 Permintaan Pariwisata.....	19
2.1.2.3 Pengertian Wisatawan.....	25

2.1.2.4 Jenis atau Macam Pariwisata .....	27
2.1.2.5 Jenis atau Macam Wisatawan .....	31
2.1.3 Industri Pariwisata .....	33
2.1.3.1 Pengertian Industri Pariwisata .....	33
2.1.3.2 Unsur-Unsur Industri Pariwisata .....	33
2.1.3.3 Karakteristik Industri Pariwisata .....	36
2.1.3.4 Ciri-Ciri Industri Pariwisata.....	37
2.1.4 Objek dan Atraksi Wisata .....	39
2.1.5 Pendekatan Biaya Perjalanan ( <i>Travel Cost Method</i> ).....	42
2.2 Hubungan Antara Variabel.....	44
2.3 Penelitian Terdahulu.....	48
2.4 Kerangka Pemikiran .....	56
2.5 Hipotesis.....	58
<b>BAB III</b>	
METODE PENELITIAN.....	60
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	60
3.2 Populasi dan Sampel .....	63
3.2.1 Populasi.....	63
3.2.2 Sampel .....	62
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	63
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	64
3.5 Metode Analisis.....	65
3.5.1 Analisis Regresi Ordinal Model Logit .....	64
<b>BAB IV</b>	
HASIL DAN ANALISIS .....	69
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....	69
4.1.1 Letak Geografis Kabupaten Sragen .....	69
4.2 Gambaran Umum Responden .....	73
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	74
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Status .....	75

4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan .....	75
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	76
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	77
4.3.1 Biaya Kunjungan .....	77
4.3.1 Pendapatan Responden .....	78
4.3.3 Waktu Luang .....	78
4.3.4 Fasilitas .....	79
4.3.5 Nilai Sejarah .....	80
4.3.6 Umur Responden .....	81
4.3.7 Jarak .....	81
4.3.8 Jumlah Kunjungan .....	82
4.4 Analisis Data dan Pembahasan .....	82
4.4.1 Analisis Regresi Ordinal .....	83
4.4.2 Uji Signifikan Model .....	84
4.4.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	84
4.4.4 Pengujian Hipotesis (uji Z) .....	85
4.5 Interpretasi Hasil Penelitian .....	88
 BAB V	
PENUTUP	
5.1 Kesimpulan dan Saran .....	95
5.1.1 Kesimpulan .....	95
5.1.2 Saran .....	86
 DAFTAR PUSTAKA .....	 87
LAMPIRAN – LAMPIRAN .....	90

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Banyaknya Pengunjung Obyek Wisata di Jawa Tengah Tahun 2002-2013 .....	4
Tabel 1.2 Jumlah Daerah Tujuan Wisata di Jawa Tengah Tahun 2002- 2013 .....	5
Tabel 1.3 Data Pengunjung Objek Wisata Museum Sangiran Tahun 2002-2013 .....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	53
Tabel 4.1 Reponden Berdasarkan Umur .....	74
Tabel 4.2 Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	75
Tabel 4.3 Reponden Berdasarkan Status .....	75
Tabel 4.4 Reponden Berdasarkan Pendidikan.....	76
Tabel 4.5 Reponden Berdasarkan Pekerjaan .....	77
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Biaya Kunjungan.....	77
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Pendapatan Responden.....	78
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Waktu Luang .....	79
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Fasilitas .....	79
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Nilai Sejarah.....	80
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Umur .....	81
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel Jarak .....	81
Tabel 4.13 Deskripsi Variabel Jumlah Kunjungan .....	82
Tabel 4.14 Ringkasan Hasil Estimasi Regresi Ordinal .....	83
Tabel 4.15 Uji Model .....	84

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kurva Permintaan .....	14
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran .....	57
Gambar 4.1 Peta Geografis Museum Sangiran .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Ijin Penelitian .....	105
Lampiran B Kuesioner .....	92
Lampiran C Data Mentah Pengunjung .....	96
Lampiran E Hasil Deskriptif .....	100
Lampiran E Hasil Analisis Regresi .....	104

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bangsa Indonesia tidak hanya dikaruniai tanah air yang memiliki keindahan alam yang melimpah, tetapi juga keindahan alam yang mempunyai daya tarik sangat mengagumkan. Keadaan alam, flora, fauna, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal yang besar artinya bagi usaha penanganan dan peningkatan kepariwisataan. Salah satu usaha yang digalakkan pemerintah di dalam pembangunan yang dapat memenuhi kepuasan batiniah dan lahiriah adalah pembangunan di bidang pariwisata, karena dengan pariwisata dapat memperluas lapangan kerja, kesempatan berusaha, meningkatkan penerimaan negara serta memperkenalkan alam dan kebudayaan Indonesia. Alasannya, karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbrlanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu, kesehatan dan pariwisata spiritualisme. Dengan meningkatnya waktu luang sebagai akibat lebih singkatnya hari kerja dan didukung oleh meningkatnya penghasilan maka aktivitas pariwisata akan semakin meningkat (Wiyasa, 1997).

Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan



bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional. Dan bahwa keadaan alam, flora, dan fauna, sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pariwisata merupakan fenomena yang sangat kompleks dan bersifat unik, karena pariwisata bersifat multidimensi baik fisik, sosial, ekonomi, politik maupun budaya. Pariwisata juga menawarkan jenis produk yang beragam, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata buatan, hingga beragam wisata minat khusus. Bila dilihat dari segmen pasarnya, pariwisata sangatlah dinamis dan sangat terdiferensiasi dan skala operasinya terjenjang, mulai dari tingkat komunitas, lokal, nasional, regional dan global. Selain itu pariwisata menuntut fasilitas pendukung yang kompleks. Pariwisata juga memiliki komponen yang sangat kompleks berhubungan dengan sebuah sistem yang lebih besar (pembangunan nasional) dan subsistem-subsistem lain yang menjadi komponen-komponennya. Diluar semua itu ada satu hal yang masih ditambahkan bahwa pariwisata memiliki kompleksitas yang tinggi dan dampaknya sangat pelik serta tidak mudah di ukur, tergantung pada konteks yang sangat beragam dan menuntut instrumen mitigasi dampak yang sangat luas. Oleh karena itu dibutuhkan perancangan yang baik untuk penanganannya (Danang Parikesit dan

Wiwied Trisniadi, 1997).

Pariwisata dapat mempengaruhi kegiatan-kegiatan sosial, ekonomi dan budaya. Dari sudut sosial, dimana kegiatan pariwisata akan memperluas kesempatan tenaga kerja baik dari kegiatan pembangunan sarana dan prasarana maupun dari berbagai sektor usaha yang langsung maupun yang tidak langsung berkaitan dengan kepariwisataan. Hubungannya dengan kegiatan para wisatawan dalam negeri, maka pariwisata akan dapat menumbuhkan dan meningkatkan pengenalan dan cinta terhadap tanah airnya, sehingga dapat memotivasi sikap toleransi dalam pergaulan yang merupakan kekuatan dalam pembangunan bangsa. Selain itu juga, pariwisata mampu memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai-nilai kehidupan.

Dari segi ekonomi kegiatan pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah yang bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau mendatangkan devisa dari para wisatawan mancanegara yang berkunjung. Adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatan sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Segi budaya dalam pariwisata merupakan sarana untuk memperkenalkan alam dan kebudayaan daerah tujuan wisata. Dengan sarana inilah dapat mendorong kreativitas rakyat dalam menggali dan meningkatkan serta melestarikan seni budaya daerahnya.

Jawa adalah sebuah pulau di Indonesia dengan penduduk  $\pm 136$  juta jiwa, pulau ini merupakan pulau berpenduduk terbanyak di dunia dan merupakan salah satu wilayah berpenduduk terpadat di dunia. Jawa tengah yang beribu kota di

Semarang memiliki 29 Kabupaten dan 6 Kota. Jawa Tengah memiliki banyak objek wisata yang menarik mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah maupun wisata buatan. Pariwisata di Jawa Tengah merupakan sektor unggulan dan sektor yang mampu menciptakan *multiplier effect*. Potensi ini bisa menarik wisatawan nusantara dan wisata mancanegara untuk berkunjung tempat-tempat wisata di Jawa Tengah.

**Tabel 1.1**  
**Banyaknya Pengunjung Obyek Wisata Di Jawa Tengah Tahun 2002-2013**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pengunjung (orang)</b>	<b>Pertumbuhan (%)</b>
2002	14.744.000	-
2003	16.001.262	8,5
2004	17.457.776	9,1
2005	15.759.444	-9,7
2006	15.314.118	-2,8
2007	16.064.510	4,9
2008	16.556.084	3,05
2009	21.819.117	31,7
2010	22.592.951	3,5
2011	22.219.865	-1,6
2012	25.603.157	15,2
2013	29.818.752	16,4
<b>Jumlah</b>	<b>233.951.752</b>	-

Sumber: Badan Pusat Statistik Jawa Tengah, diolah.

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung objek wisata di Jawa Tengah dari tahun 2002-2013 mengalami pertumbuhan yang meningkat dan menurun, tahun 2005, 2006, dan 2011 menunjukkan pertumbuhan jumlah pengunjung mengalami penurunan, akan tetapi mengalami peningkatan yang cukup signifikan sebesar 31,7% yaitu pada tahun 2009.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Daerah Tujuan Wisata di Jawa Tengah Tahun 2002-2013**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah DTW (buah)</b>	<b>Pertumbuhan (%)</b>
2002	226	-
2003	235	3,9
2004	234	-0,4
2005	244	4,2
2006	246	0,8
2007	233	-5,2
2008	255	9,4
2009	257	0,7
2010	266	3,5
2011	284	6,7
2012	385	35,5
2013	417	8,3
<b>Jumlah</b>	<b>3282</b>	-

Sumber: Badan Pusat Statistik Jawa Tengah, diolah.

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah daerah tujuan wisata di Jawa Tengah mengalami kenaikan dan penurunan, penurunan terjadi pada tahun 2004 dan 2007. Penurunan terjadi dikarenakan ada beberapa objek wisata yang tidak ada perubahan dan kurang perhatian dari pemerintah, dan perlu perbaikan fasilitas dan harus tutup sementara untuk perbaikan objek wisata.

Untuk mendukung pembangunan sektor pariwisata di Jawa Tengah pemerintah daerah telah mengadakan program *Visit Jateng 2013*, dimana program ini bertujuan untuk mendorong akselerasi pembangunan budaya dan pariwisata di Jawa Tengah yang melibatkan seluruh stakeholder yang ada di provinsi Jawa Tengah. Program ini dibuat sebagai upaya titik balik kebangkitan budaya dan pariwisata Jawa Tengah di nusantara maupun internasional.

Kabupaten Sragen adalah sebuah Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah.

Ibukotanya terletak di Sragen , sekitar 30 km sebelah timur Surakarta. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Grobogan di utara, Kabupaten Ngawi (Jawa Timur) di timur, Kabupaten Karanganyar di selatan, serta Kabupaten Boyolali di barat. Kabupaten ini dikenal dengan sebutan “Bumi Sukowati”, nama yang digunakan sejak masa kekuasaan Kerajaan (Kasunanan) Surakarta. Nama Sragen dipakai karena pusat pemerintahan berada di Sragen. Kawasan Sangiran merupakan tempat ditemukannya fosil manusia purba dan binatang purba, yang sebagian disimpan di Museum Fosil Sangiran, (Wikipedia). Sektor pariwisata Kabupaten Sragen mempunyai potensi yang cukup besar dimana Kabupaten Sragen mempunyai daerah-daerah yang berpotensi menjadi daerah tujuan wisata, diantaranya Pemandian air panas Bayanan, Gunung Kemukus, Kedaulatan rakyat Kartika, dan yang paling diminati oleh wisatawan yaitu Museum Sangiran.

Situs Kepurbakalaan Sangiran (Museum Sangiran) adalah situs arkeologi di Jawa, Indonesia. Tempat ini merupakan lokasi penemuan beberapa fosil manusia purba, sehingga sangat penting dalam sejarah perkembangan manusia dunia. Area ini memiliki luas kurang lebih 48 km<sup>2</sup> dan sebagian besar berada dalam wilayah administrasi Kecamatan Kalijambe, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah, 17 kilometer sebelah utara Kota Surakarta, di lembah Bengawan Solo dan di kaki Gunung Lawu. Ada sebagian yang merupakan bagian dari Kabupaten Karanganyar (Kecamatan Gondangrejo). Pada tahun 1977 Sangiran ditetapkan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia sebagai cagar budaya dan ada tahun 1996 situs ini terdaftar dalam Situs Warisan Dunia UNESCO, (Wikipedia).

**Tabel 1.3**  
**Data Pengunjung Objek Wisata Museum Sangiran**  
**Tahun 2002-2013**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Pertumbuhan (%)</b>
2002	15 996	-
2003	22 970	43.5
2004	24 887	8.3
2005	30 879	24.1
2006	40 744	31.9
2007	50 546	24.1
2008	55 978	10.7
2009	83 099	48.4
2010	98 502	18.5
2011	135 556	37.6
2012	357 277	163.5
2013	425 651	19.1
<b>Jumlah</b>	<b>1 342 085</b>	<b>-</b>

Sumber: Dinas Pariwisata Sragen, diolah.

Tabel 1.3 memperlihatkan bahwa objek wisata Museum Sangiran yang berada di Kecamatan Kalijambe, Sragen ini mampu menarik pengunjung rata-rata 35.471 orang per bulannya dengan jumlah terbanyak pada bulan Agustus dan Desember. Hal ini dimungkinkan karena pada bulan Agustus bertepatan dengan hari libur Idul Fitri dan bulan Desember bertepatan dengan libur sekolah dan libur Natal dimana waktu yang tepat untuk berlibur. Jumlah pengunjung objek wisata Museum Sangiran mengalami fluktuasi tiap bulannya, misalnya saja pada bulan Juni jumlah pengunjung sebesar 44.977 orang kemudian bulan Juli turun 55,8% menjadi 19.847 orang, hal ini disebabkan karena bertepatan pada bulan puasa. Pada bulan Agustus Mengalami peningkatan yang drastis 162,3% menjadi 52.064 orang. Pada bulan September turun 56% menjadi 22.869 orang kemudian bulan Oktober naik lagi 41,3% dengan jumlah 44.416 orang, turun lagi pada bulan

November 26,1% jumlah pengunjung 32.819 orang, kemudian pada bulan desember kembali naik hingga 57% dengan jumlah pengunjung 51.187 orang.

Terdapat beberapa penelitian yang sama dengan penelitian ini seperti dilakukan oleh Djijono meneliti variabel-variabel, meliputi biaya perjalanan, waktu luang, pendapatan, jarak, umur dan daya beli.

Penelitian lain yang dilakukan Novrani Sitohang, menganalisis permintaan wisatawan nusantara objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa menggunakan variabel-variabel yang meliputi biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa, pendapatan individu, lama perjalanan, waktu luang, fasilitas-fasilitas, umur dan keindahan alam Taman Nasional Laut Karimunjawa.

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka dalam penelitian ini akan meneliti variabel-variabel yang dapat mempengaruhi jumlah permintaan wisatawan nusantara pada objek wisata Museum Sangiran yang berada di Kecamatan Kalijambe, Kabupaten Sragen. Variabel-variabel yang akan diteliti adalah, biaya perjalanan ke objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa, pendapatan individu, lama perjalanan, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, dan nilai sejarah objek wisata Museum Sangiran. Juga diperlukan adanya suatu penilaian ekonomi dari objek wisata Museum Sangiran supaya dapat diketahui manfaat ekonomi yang diperoleh.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, objek wisata Museum Sangiran memiliki potensi yang patut untuk dikembangkan, potensi wisata sejarah dan museum fosil mempunyai daya tarik tersendiri. Dalam perkembangan dunia pariwisata sekarang ini, jenis pariwisata di Indonesia yang sedang digemari adalah pariwisata yang berbasis lingkungan atau alam begitu juga pariwisata yang berbasis sejarah. Museum Sangiran sangat dinikmati wisatawan dari berbagai wilayah, bahkan wisatawan asing. Namun potensi tersebut masih belum mampu bersaing dengan objek wisata yang dikelola oleh pemerintah dan masih kurang didukung oleh akses untuk mencapai lokasi wisata tersebut, di mana jaranganya transportasi umum menuju objek wisata Museum Sangiran dan cukup jauh dari jalan utama.

Pertanyaan peneliti yang ingin dijawab adalah:

1. Apakah biaya perjalanan ke objek wisata Museum Sangiran, pendapatan individu, waktu luang, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, dan nilai sejarah objek wisata Museum Sangiran mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Museum Sangiran?
2. Berapakan besar pengaruh biaya perjalanan ke objek wisata Museum Sangiran, pendapatan individu, waktu luang, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, dan nilai sejarah objek wisata Museum Sangiran mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Museum Sangiran?



### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh biaya perjalanan ke objek wisata Museum Sangiran terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata Museum Sangiran.
2. Untuk menganalisis pengaruh pendapatan individu terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata Museum Sangiran.
3. Untuk menganalisis pengaruh waktu luang terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata Museum Sangiran.
4. Untuk menganalisis pengaruh jarak terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata Museum Sangiran.
5. Untuk menganalisis pengaruh umur terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata Museum Sangiran.
6. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas-fasilitas objek wisata Museum Sangiran terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata Museum Sangiran.
7. Untuk menganalisis pengaruh nilai sejarah Museum Sangiran terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata Museum Sangiran.
8. Untuk menganalisis biaya kunjungan menuju objek wisata Museum Sangiran, pendapatan individu, waktu luang, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, dan nilai sejarah yang akan bersama-sama mempengaruhi jumlah kunjungan ke objek wisata Museum Sangiran.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian adalah:

1. Dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi pemerintah daerah setempat dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang tepat guna meningkatkan pendapatan pemerintah daerah dari sektor pariwisata.
2. Sebagai sumbang saran bagi instasi atau lembaga yang berwenang seperti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa tengah dan Bappeda Kabupaten Sragen dan sebagai bahan referensi studi tentang kepariwisataan.

## **1.4 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang tersusun sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini dikemukakan mengenai latar belakang, rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan laporan penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bagian ini akan diuraikan teori retribusi, pengertian pariwisata, jenis pariwisata, aspek ekonomi pariwisata. Pada

bagian ini juga akan memaparkan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Selanjutnya diuraikan pula kerangka pemikiran sesuai dengan teori yang relevan dan hipotesis.

### **BAB III        METODE PENELITIAN**

Pada bab ini dekemukakan mengenai pendekatan yang digunakan dalam penelitian, identifikasi dan definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data dan uji statistic yang digunakan.

### **BAB IV        HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dibahas secara rinci analisis yang digunakan dalam penelitian yaitu dengan menggunakan Regresi. Bab ini akan menjawab permasalahan penelitian yang diangkat berdasarkan hasil pengolahan data dan landasan teori yang relevan.

### **BAB V        PENUTUP**

Merupakan bab terakhir yang berisi simpulan dan saran atas dasar penelitian.

## **BAB II**

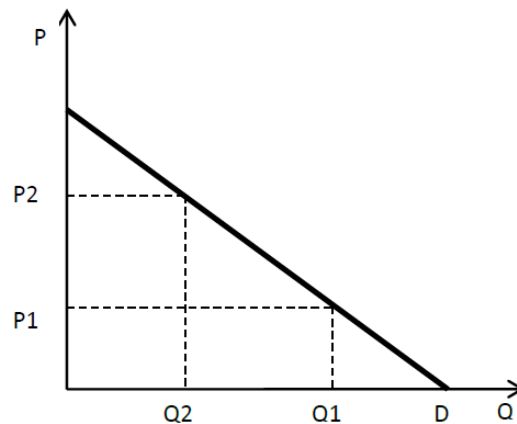
### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori Permintaan**

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Menurut Nopirin (2000), teori permintaan menerangkan tentang hubungan antara berbagai kombinasi harga dan jumlah suatu barang yang ingin dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu. Menurut McEachern (2000), permintaan pasar suatu sumber daya adalah penjumlahan seluruh permintaan atas berbagai kombinasi penggunaan sumber daya tersebut.

Menurut Sadono (2005), hukum permintaan merupakan suatu hipotesis yang menyatakan semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut, dan sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Hal tersebut disebabkan karena hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, dengan asumsi hal lain tetap atau *ceteris paribus* (Samuelson, 1998).

**Gambar 2.1 Kurva Permintaan**

*Sumber: Samuelson dan Nordaus, 1988*

Seperti yang diilustrasikan pada gambar 2.1, kurva permintaan (DD) terbentuk dari kombinasi harga ( $P$ ) dan jumlah barang yang diminta ( $Q$ ). Ketika harga sebesar  $P_1$  dengan jumlah barang sebesar  $Q_1$ . Kemudian harga berubah/naik menjadi  $P_2$  maka  $Q$  akan berubah/turun menjadi  $Q_2$ . Hal ini sesuai dengan hukum permintaan,  $P$  dan  $Q$  berhubungan berlawanan.

Kurva permintaan DD memiliki slope yang negatif menunjukkan konsumen bersedia untuk membeli lebih banyak pada harga yang relatif lebih murah (Pindyck, 2004).

*The demand curves slopes downward demonstrating that consumers are willing to buy more at lower price as the product becomes relatively cheaper.*

Fungsi permintaan (*demand function*) adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dan semua faktor-faktor yang mempengaruhi (Boediono, 1999).

Fungsi permintaan akan suatu barang dituliskan sebagai berikut:

$$Q_D = f ( P_Q, P_{s.i}, Y, S, D ) \dots\dots\dots(2.1)$$

Keterangan :

$Q_D$  = jumlah barang yang diminta

$P_Q$  = harga barang itu sendiri

$P_{s.i}$  = harga barang substitusi

$Y$  = pendapatan

$S$  = selera

$D$  = jumlah penduduk

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi permintaan selain harga menurut Sadono Soekirno (2005) adalah sebagai berikut:

1) Harga Barang-Barang yang Berkaitan

Hubungan antara suatu barang dengan berbagai jenis barang lain dapat dibedakan menjadi tiga golongan, yaitu :

a. Barang pengganti

Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang, barang tersebut dapat bersifat substitusi (pengganti). Apabila harga barang lebih murah maka jumlah permintaan terhadap barang yang diganti akan mengalami penurunan.

b. Barang pelengkap

Kenaikan atau penurunan permintaan terhadap barang pelengkap sejalan dengan perubahan permintaan barang yang digenapinya karena barang pelengkap digunakan bersamaan dengan barang yang dilengkapi.

c. Barang netral

Apabila dua jenis barang tidak mempunyai hubungan maka perubahan permintaan salah satu barang tidak akan mempengaruhi permintaan barang lain.

2) Pendapatan

Biasanya kenaikan dalam pendapatan akan mengarah pada kenaikan dalam permintaan. Dapat diartikan bahwa kurva permintaan akan bergeser ke kanan yang menunjukkan kuantitas yang diminta akan lebih besar pada setiap tingkat kerja. Pendapatan konsumen merupakan faktor yang penting dalam menentukan permintaan. Perubahan akan menimbulkan permintaan berbagai jenis barang antara lain sebagai berikut :

a. Barang inferior

Jika pendapatan meningkat maka permintaan terhadap barang inferior akan berkurang karena barang inferior banyak diminta konsumen yang berpendapatan rendah.

b. Barang esensial

Barang esensial adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan sehari-hari seperti kebutuhan pokok dan pakaian. Jumlah permintaan pada barang ini cenderung tidak berubah walaupun pendapatan meningkat.

c. Barang normal

Suatu barang dikatakan barang normal apabila mengalami jumlah permintaan jika terjadi peningkatan pendapatan.

d. Barang mewah

Barang mewah adalah barang yang banyak dikonsumsi oleh konsumen dengan tingkat pendapatan yang relatif lebih tinggi setelah dapat memenuhi kebutuhan pokok. Contoh barang mewah adalah emas, kendaraan mewah, perabot rumah tangga mewah.

3) Selera dan Preferensi

Selera adalah determinan permintaan non harga, karena kesulitan dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat yang mempengaruhi perilaku. Selera dapat dilihat dari preferensi seseorang terhadap jenis barang yang diminta atau diinginkan dan selera memiliki pengaruh yang cukup besar kepada masyarakat untuk membeli suatu barang. Selera seseorang dapat dipengaruhi oleh umur, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin.

4) Dugaan tentang Harga Relatif di Masa Depan

Dugaan tentang harga-harga relatif di masa depan memainkan peranan yang penting menentukan permintaan. Misalnya, konsumen akan memperlihatkan apakah harga tersebut di masa mendatang akan banyak di masa kini.

5) Jumlah Penduduk

Pertambahan penduduk tidak dengan sendirnya menyebabkan pertambahan permintaan tetapi diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja.

6) Distribusi Pendapatan

Pendapatan masyarakat yang tertentu akan menimbulkan permintaan yang



berbeda apabila pendapatan tersebut diubah distribusinya.

## **2.1.2 Pariwisata dan Permintaan Pariwisata**

### **2.1.2.1 Pengertian Pariwisata**

Definisi pariwisata secara luas adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha untuk mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Spillane (1987) mengatakan bahwa pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, dan lain-lain. Lain halnya dengan Lundberg, *et al.* (1995) yang mengatakan bahwa pariwisata adalah konsep yang dapat dilihat dari sudut pandang yang berbeda. Pariwisata adalah kegiatan dimana orang terlibat dalam perjalanan jauh dari tempat tinggal terutama untuk bisnis atau kesenangan. Pariwisata adalah bisnis dimana menyediakan barang dan jasa untuk wisatawan dan melibatkan setiap pengeluaran yang dikeluarkan oleh atau untuk pengunjung untuk perjalanannya.

Pariwisata merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan bersejarah, kesehatan, dan pariwisata spiritualisme, seiring dengan meningkatnya waktu luang sebagai akibat lebih singkatnya hari kerja dan didukung oleh meningkatnya penghasilan, maka aktivitas kepariwisataan akan semakin meningkat (Wiyasa, 1997).

### 2.1.2.2 Permintaan Pariwisata

Permintaan pariwisata adalah jumlah total dari orang yang melakukan perjalanan untuk menggunakan fasilitas dan pelayanan wisata di tempat yang jauh dari tempat tinggal dan tempat kerja (Mathieson dan Wall dalam Mulyana, 2009). Permintaan pariwisata berpengaruh terhadap semua sektor perekonomian, perorangan (individu), Usaha Kecil Menengah, perusahaan swasta, dan sektor pemerintah (Sinclair dan Stabler, 1997). Permintaan dalam industri pariwisata terdiri dari beberapa fasilitas atau produk yang berbeda bukan saja dalam hal sifat, akan tetapi juga manfaat dan kebutuhannya bagi wisatawan. Dalam ilmu ekonomi kebutuhan-kebutuhan yang dapat diperoleh dengan mudah tidak merupakan barang-barang ekonomi karena dapat diperoleh secara bebas seperti udara segar, pemandangan yang indah atau cuaca yang cerah. Hal itu tidak berlaku dalam industri pariwisata, justru barang-barang yang termasuk *free goods* ini dapat meningkatkan kepuasan bagi wisatawan (Yoeti, 2008)

Menurut Anastachia (dalam Yoeti, 2008), Fasilitas dan produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang berbeda dan diperlukan oleh wisatawan pada waktu yang berbeda-beda pula. Permintaan dalam industri pariwisata tidak hanya terbatas pada waktu yang diperlukan pada saat perjalanan wisata diperlukan, akan tetapi jauh sebelum melakukan perjalanan, permintaan itu sudah mengemuka seperti informasi tentang daerah tujuan wisata, hotel tempat untuk menginap, transportasi yang akan digunakan, tempat-tempat yang akan dikunjungi dan berapa banyak uang yang harus dibawa (Yoeti, 2008).

Permintaan dalam industri pariwisata tidak hanya membutuhkan *A single services* tetapi juga membutuhkan kombinasi dari bermacam-macam pelayanan yang ditawarkan dalam suatu paket wisata yang dalam ilmu ekonomi pariwisata sebagai *A Assortment of Services*. Karena itu permintaan dapat dibagi menjadi enam kelompok yang saling melengkapi menurut G.A.Schmoll (Yoeti, 2008)

1. *Travel preparations*, sebelum membeli paket wisata kita terlebih dahulu memerlukan informasi, saran-saran, pemesanan, tiket dan vouchers, *money exchanges*, pakaian selama perjalanan dan alat lain yang dibutuhkan.
2. *Movement*, dalam perjalanan wisatawan memerlukan *transportasi menuju dan dari objek wisata, sightseeing and tours, safaries, act at the tourist destination*.
3. *Accommodation and catering*, setibanya pada suatu daerah tujuan wisata wisatawan akan memerlukan kamar hotel and motels, *camping site* dan *restaurant, bar and cafe*.
4. *Activities at the destination*, di daerah tujuan wisata wisatawan memerlukan *entertainment, sports sightseeing*, berbelanja, mengunjungi museum.
5. *Purchases and personal needs*, sebagai kenang-kenang pada suatu daerah tujuan wisata wisatawan akan membeli bermacam-macam oleh-ole dalam bentuk barang-barang pribadi, pakaian, *medical care, souvenirs* dan lain-lain.

6. *Recording an preserving impressions*, untuk keperluan dokumen perjalanan wisatawan memerlukan *purchases of film*, kamera, *photos or studio shooting* dan lain-lain.

Permintaan dalam kepariwisataan (*tourist demand*) dapat dibagi menjadi dua, yaitu *potential demand* dan *actual demand*. Yang dimaksud dengan *potential demand* adalah sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata karena memiliki waktu luang dan tabungan yang relatif cukup. Sedangkan yang dimaksud dengan *actual demand* adalah orang-orang yang sedang melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata tertentu (Yoeti, 2008).

Menurut Archer (1976), Johnson and Ashworth (1990), dan Sheldon (1990) (dalam Sinclair dan Stabler, 1997) fungsi permintaan dari pariwisata pada suatu periode waktu tertentu adalah :

$$D_{ij} = f(Y_i, P_{ij/k}, E_{ij/k}, T_{ij/k}, DV)$$

Keterangan:

$D_{ij}$  = permintaan pariwisata dengan daerah asal i untuk daerah tujuan j

$Y_i$  = pendapatan asli dari daerah i

$P_{ij/k}$  = harga relatif antara daerah i dan daerah tujuan j dan daerah tujuan k

$E_{ij/k}$  = nilai tukar antara daerah i dan daerah tujuan j dengan daerah tujuan k

$T_{ij/k}$  = biaya transportasi antara daerah i dan daerah tujuan j dan daerah tujuan k

DV = variabel dummy untuk memperhitungkan hal-hal yang bersifat sepertiacara olahraga atau gejolak politik.

Berbeda dengan permintaan terhadap barang dan jasa pada

umumnya, permintaan industri pariwisata memiliki karakter sendiri, beberapa ciri atau karakter permintaan pariwisata menurut (Yoeti, 2008):

1. Sangat dipengaruhi oleh musim
2. Terpusat pada tempat-tempat tertentu
3. Tergantung pada besar kecilnya pendapatan
4. Bersaing dengan permintaan akan barang-barang mewah
5. Tergantung tersedianya waktu senggang
6. Tergantung teknologi transportasi
7. Size of family (jumlah orang dalam keluarga)
8. Aksesibilitas

Menurut Yoeti (2008) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan pariwisata antara lain sebagai berikut:

#### 1. *General Demand Factors*

Secara umum permintaan terhadap barang dan jasa industri pariwisata tergantung pada hal-hal sebagai berikut:

##### a. *Purchasing power*

Kekuatan untuk membeli banyak ditentukan oleh *disposable income* yang erat kaitannya dengan tingkat hidup (*standard of living*) dan intensitas perjalanan (*travel intensity*) yang dilakukan. Semakin besar pendapatan yang bebas digunakan akan semakin besar kemungkinan perjalanan yang diinginkan.

##### b. *Demographic structure and trends*

Besarnya jumlah penduduk dan pertumbuhan penduduk akan

mempengaruhi permintaan terhadap produk industri pariwisata. Negara yang memiliki penduduk banyak tetapi pendapatan perkapitanya kecil akan memiliki kesempatan kecil untuk melakukan perjalanan wisata. Faktor lain adalah struktur usia penduduk. Penduduk yang masih muda dengan pendapatan rata-rata relatif tinggi akan lebih besar pengaruhnya dibanding dengan penduduk yang berusia pensiun.

*c. Sosial and cultural factors*

Industrialisasi tidak hanya menghasilkan struktur pendapatan masyarakat relatif tinggi, juga meningkatkan pemerataan pendapatan dalam masyarakat sehingga memungkinkan memiliki kesempatan melakukan perjalanan wisata untuk menghilangkan kejenuhan bekerja, menghilangkan stres, sehingga melakukan rekreasi sudah merupakan keharusan.

*d. Travel motivations and attitudes*

Motivasi untuk melakukan perjalanan wisata sangat erat hubungan dengan kondisi sosial dan budaya masyarakatnya. Masih eratnya hubungan kekeluargaan masyarakat dan sering melakukan saling berkunjung membuat perjalanan akan sering dilakukan dan tentunya akan meningkatkan permintaan untuk melakukan perjalanan wisata.

*e. Opportunities to travel and tourism marketing intensity*

Adanya insentif untuk melakukan perjalanan wisata akan meningkatkan perjalanan wisata ke seluruh dunia seperti *meeting*,

*incentive, convention and exhibition* (MICE). Kesempatan untuk melakukan perjalanan wisata tidak hanya karena biaya perjalanan ditanggung perusahaan, juga memberi kesempatan kepada keluarga ikut melakukan perjalanan wisata, anak dan istri mendampingi suami dalam berpartisipasi dalam suatu konferensi tertentu.

## 2. *Factors Determining Specific Demand*

Faktor-faktor yang akan mempengaruhi permintaan khusus terhadap daerah tujuan wisata tertentu yang akan dikunjungi ditentukan oleh beberapa faktor yaitu:

### a. Harga

Pada kebanyakan industri jasa harga biasanya menjadi masalah kedua karena yang terpenting adalah kualitas yang harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan sesuai dengan waktu yang diinginkan. Dalam kepariwisataan sudah biasa dilakukan *price differentiation* secara umum sebagai suatu strategi dalam pemasaran. Sebagai contoh misalnya sedikitnya dijumpai 15 tarif perjalanan *round trip* yang disusun oleh *International Air Transportation Association* (IATA) berdasarkan musim, rata-rata lamanya tinggal, umur penumpang, dan pelayanan ditempat tujuan.

### b. Daya tarik wisata

Keputusan untuk melakukan perjalanan lebih banyak menyangkut

pemilihan daerah tujuan wisata. Pemilihan ini ditentukan oleh daya tarik yang terdapat di daerah yang akan dikunjungi.

c. Kemudahan berkunjung

Aksesibilitas ke daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi banyak mempengaruhi pilihan wisatawan, wisatawan menginginkan tersedianya macam-macam transportasi yang dapat digunakan dengan harga yang bervariasi. Karena biaya transportasi akan mempengaruhi biaya perjalanan secara keseluruhan. Tersedianya prasarana yang memadai akan menjadi pilihan seperti bandara yang nyaman dan bersih, jalan yang tidak berlubang-lubang menuju obyek wisata, tersedianya tenaga listrik dan air bersih.

d. Informasi dan layanan sebelum kunjungan

Wisatawan biasanya memerlukan pre-travel service di daerah tujuan wisata yang mereka kunjungi dan tersedia tourist information service yang dapat menjelaskan tempat-tempat yang akan dikunjungi wisatawan, kendaraan yang digunakan, waktu perjalanan dan keperluan yang dibutuhkan.

e. Citra

Wisatawan memiliki kesan dan impian tersendiri tentang daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Citra dari daerah tujuan wisata akan mempengaruhi permintaan wisata daerah tersebut.

### **2.1.2.3 Pengertian Wisatawan**

Wisatawan adalah seseorang tanpa membedakan ras, jenis kelamin,



bahasa, agama, yang memasuki wilayah suatu negara yang mengadakan perjanjian lain daripada negara di mana orang itu biasanya tinggal dan berada disitu kurang dari 24 jam dan tidak lebih dari 6 bulan, di dalam jangka waktu 12 bulan berturut-turut, untuk tujuan non-imigran yang legal, seperti perjalanan wisata, rekreasi, olahraga, kesehatan, alasan keluarga, studi, ibadah keagamaan atau urusan usaha (Spillane, 1987). Dalam penulisan ini definisi wisata adalah setiap orang yang berpergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan serta kunjungannya. Dari beberapa batasan yang telah disebut di atas, maka secara umum didapat ciri-ciri tentang seseorang yang disebut sebagai wisatawan, yaitu: perjalanan yang dilakukan lebih dari 24 jam, perjalanan tersebut hanya untuk sementara waktu, dan orang yang melakukan perjalanan itu tidak mencari nafkah ditempat atau negara yang dikunjungi. Para wisatawan pun mempunyai motif untuk mengadakan perjalanan pariwisata. Motif-motif wisata dibagi menjadi empat kelompok (Yoeti, 2008) :

1. Motif fisik. Motif ini berhubungan dengan kebutuhan badaniah/fisik seperti olahraga, istirahat, kesehatan, dan sebagainya.
2. Motif budaya. Motif ini adalah sifat dari wisatawan, bahwa mereka ingin mempelajari atau memahami tata cara dan kebudayaan bangsa atau daerah lain seperti kebiasaan, kehidupan sehari-hari, musik, tarian, dan sebagainya.
3. Motif interpersonal. Motif ini terlahir dari keinginan wisatawan untuk bertemu dengan keluarga, teman, tetangga, atau orang-orang tertentu

seperti artis atau tokoh politik.

4. Motif status atau prestise. Motif ini didasari atas anggapan bahwa orang yang pernah mengunjungi tempat/daerah lain melebihi sesamanya yang tidak pernah bepergian akan menaikkan gengsi bahkan statusnya.

#### **2.1.2.4 Jenis atau Macam Pariwisata**

Walaupun banyak jenis pariwisata ditentukan menurut motif tujuan perjalanan yang terdapat di daerah tujuan wisata yang dapat menarik *customer* untuk mengunjunginya sehingga dapat pula diketahui jenis pariwisata yang mungkin layak untuk dikembangkan jenis sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata tersebut, jenis-jenis pariwisata tersebut adalah (Spillane, 1987):

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar yang baru, untuk mengurangi ketegangan syarafnya, untuk menikmati keindahan alam, untuk menikmati hikayat rakyat suatu daerah, untuk menikmati hiburan, dan sebagainya.

2. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghakekati hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahannya.

3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh adanya rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset. Untuk mempelajari adat istiadat, cara hidup masyarakat negara lain, dan sebagainya.

4. Pariwisata untuk urusan usaha dagang besar (*Bussiness Tourism*)

Dalam jenis pariwisata ini, unsur yang menggunakan waktu-waktu bebasnya untuk menikmati dirinya sebagai wisatawan yang mengunjungi berbagai objek wisata dan jenis pariwisata lain.

5. Pariwisata untuk olahraga (*Sports Tourism*)

Jenis pariwisata ini bertujuan untuk tujuan olahraga, baik hanya untuk menarik penonton olahraga dan olahragawan sendiri serta ditujukan bagi mereka yang ingin mempraktekannya sendiri. Pariwisata ini dapat dibagi lagi menjadi dua kategori:

- a. *Big sports events*, yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar seperti Olympiade. Games, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain yang menarik perhatian bagi penonton atau penggemarnya.
- b. *Sporting tourism of the practitioners*, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri seperti pendakian gunung, olahraga naik kuda, berburu, memancing dan lain-lain.

6. Pariwisata untuk konvensi (*Convention Tourism*)

Banyak negara yang tertarik dan menganggap jenis pariwisata ini

dengan banyaknya hotel atau bangunan-bangunan yang khusus dilengkapi untuk menunjang *convention tourism*.

Selain dipandang dari jenisnya, pariwisata dapat pula dilihat dari kriteria lain yaitu bentuk-bentuk perjalanan wisata yang dilakukan, lamanya pekerjaan, dan pengaruhnya terhadap ekonomi akibat adanya perjalanan wisata tersebut. Bentuk-bentuk pariwisata ini adalah (Suwantoro, 2004):

1. Wisata dari segi jumlahnya, dibedakan atas:

- a. *Individual Tour*, suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau sepasang suami-istri.
- b. *Family Group Tour*, suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh keluarga atau yang masih mempunyai hubungan saudara.
- c. *Group Tour*, suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh sedikitnya 10 orang dan dipimpin oleh seorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan para anggotanya.

2. Wisata dari segi pengaturannya, dibedakan atas:

- a. *Pre-arranged Tour*, suatu perjalanan wisata yang telah diatur selumnya, biasanya diatur oleh suatu lembaga yang mengurus perjalanan wisata yang bekerja sama dengan semua instansi yang terkait.
- b. *Packaged Tour*, suatu produk perjalanan wisata yang dijual oleh biro perjalanan wisata yang menyediakan oaket-paket wisata guna memberikan kemudahan dalam melakukan perjalanan pariwisata.
- c. *Coach Tour*, suatu paket perjalanan wisata yang dipimpin oleh pemandu wisata, dilakukan secara rutin dan mempunyai waktu dan rute

perjalanan yang telah ditetapkan.

- d. *Special Arranged Tour*, suatu perjalanan wisata yang disusun sesuai keinginan pelanggannya.
- e. *Optional Tour*, suatu perjalanan wisata tambahan yang dilakukan diluar perjanjian dan disesuaikan dengan permintaan pelanggan.

3. Wisata dari segi maksud dan tujuan, dibedakan atas:

- a. *Holiday Tour*, suatu perjalanan wisata yang dilakukan dan diikuti oleh anggotanya guna berlibur dan bersenang-senang.
- b. *Familiarization Tour*, suatu perjalanan ajangsana yang bertujuan untuk lebih mengenal bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaannya.
- c. *Education Tour*, suatu perjalanan wisata yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjunginya. Jenis wisata ini disebut juga study tour.
- d. *Scientific Tour* (wisata pengetahuan) yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap suatu bidang ilmu pengetahuan.
- e. *Pileimage Tour* (wisata keagamaan) yaitu perjalanan wisata yang dimaksud guna melakukan ibadah keagamaan.
- f. *Special Mission Tour* (wisata program khusus) yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk mengisi kekosongan khusus.
- g. *Hunting Tour* (wisata perburuan) yaitu kunjungan wisata untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang diijinkan sebagai hiburan.

4. Wisata dari segi penyelenggaraannya, dibedakan atas:

- a. *Excursion* (eksekusi) yaitu suatu perjalanan wisata jarak pendek yang ditempuh kurang dari 24 jam guna mengunjungi satu atau lebih objek.
- b. *Safari tour* yaitu perjalanan wisata yang diselenggarakan secara khusus dengan perlengkapan khusus yang tujuan maupun objeknya bukan merupakan objek kunjungan wisata pada umumnya.
- c. *Cruise tour* yaitu perjalanan wisata dengan menggunakan kapal pesiar mengunjungi objek wisata bahari dan objek wisata di darat tetapi menggunakan kapal pesiar.
- d. *Youth tour* (wisata remaja) yaitu kunjungan wisata yang khusus diperuntukkan bagi para remaja menurut umur yang ditetapkan.
- e. *Marine tour* (wisata bahari) yaitu suatu kunjungan ke objek wisata khususnya untuk menyaksikan keindahan lautan, *wreckdiving*.

#### **2.1.2.5 Jenis atau Macam Wisatawan**

Berdasarkan sifat perjalanan, lokasi dimana perjalanan dilakukan, wisatawan dapat diklarifikasikan sebagai berikut (Yoeti, 1982):

1. *Foreign Tourism* atau wisatawan asing adalah orang yang melakukan perjalanan wisata yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana dia biasanya tinggal, istilah wisatawan asing saat ini populer dengan sebutan Wisatawan Mancanegara.

2. *Domestic Foreign Tourist* adalah orang asing yang berdim atau bertempat tinggal pada suatu negara yang melakukan perjalanan wisata di wilayah negara di mana dia tinggal. Orang tersebut bukan warga negara dimana dia berada tetapi Warga Negara Asing (WNA) yang karena tugas dan kedudukannya menetap dan tinggal pada suatu negara.
3. *Domestic Tourist* adalah Wisatawan Dalam Negeri (WDN) yaitu seorang warga negara yang melakukan perjalanan negaranya, wisatawan semacam ini lebih dikenal dengan Wisatawan Nusantara.
4. *Indigenous Foreign Tourist* adalah warga suatu negara tertentu yang karena tugas atau jabatannya berada di luar negeri dan pulang ke negara asalnya untuk melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.
5. *Transit Tourist* adalah wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata ke suatu negara tertentu yang menumpang kapal udara atau kapal laut ataupun kereta api yang terpaksa singgah pada suatu pelabuhan/*airport*/stasiun bukan atas kemauannya sendiri. Biasanya ini terjadi apabila ada pergantian transportasi yang digunakan untuk meneruskan perjalanan ke negara tujuan atau menambah penumpang atau mengisi bahan bakar dan kemudian melanjutkan perjalanan ke tujuan semula. Waktu yang cukup lama untuk pergantian tersebut itulah yang digunakan oleh penumpang untuk *tour* di tempat yang disinggahinya.

6. *Business Tourist* adalah orang yang mengadakan perjalanan untuk tujuan lain bukan wisata, tetapi perjalanan wisata itu dilakukan setelah tujuan utamanya selesai. Jadi perjalanan wisata merupakan perjalanan sekunder setelah tujuan primernya.

### **2.1.3 Industri Pariwisata**

#### **2.1.3.1 Pengertian Industri Pariwisata**

Industri pariwisata akan memberikan dampak positif dalam perekonomian, karena akan terjadi *multiplier effect* dan berfungsi sebagai kasalisator dalam pembangunan. *Multiplier effect* akan terjadi karena industri pariwisata tidak berdiri sendiri, industri pariwisata akan mampu menghasilkan devisa karena didalamnya terdapat sektor-sektor lain yang produknya dibutuhkan oleh pariwisata serta dapat juga digunakan sebagai sarana untuk menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan angka kesempatan kerja di Indonesia. Dengan kata lain, industri pariwisata akan mampu meningkatkan pendapatan nasional Indonesia.

#### **2.1.3.2 Unsur-Unsur Industri Pariwisata**

Menurut Spillane (1987), ada lima unsur industri pariwisata yang sangat penting, yaitu:

1. *Attractions* (daya tarik)

*Attractions* dapat digolongkan menjadi *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* merupakan daya tarik fisik yang



permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat-tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti kebun binatang, keraton, dan museum. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat di ubah atau dipindah dengan mudah seperti, pameran, atau pertunjukan-pertunjukan kesenian daerah.

## 2. *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan)

Fasilitan cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata, wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum. Oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan. Jenis fasilitas penginapan ditentukan oleh persaingan, setidaknya fasilitas yang ditawarkan harus sama dengan fasilitas yang tersedia di tempat persaingan di pasar yang sama. Jenis fasilitas penginapan juga ditentukan oleh jenis angkutan yang digunakan oleh wisatawan, misalnya perkembangan lapangan pesawat terbang sering menciptakan kebutuhan hotel-hotel yang bermutu. Selain itu ada kebutuhan akan *Support Industries* yaitu toko *souvenir*, *laundry*, pemandu, daerah pestifal, dan fasilitas rekreasi (untuk kegiatan).

## 3. *Infrastructure* (infrastruktur)

Daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur termasuk semua konstruksi dibawah dan

diatas tanah dari suatu wilayah atau daerah, bagian penting dari infrastruktur pariwisata termasuk:

- a) Sistem pengairan
- b) Jaringan Komunikasi
- c) Fasilitas kesehatan
- d) Sumber listrik dan energi
- e) Sistem pembuangan kotoran/air
- f) Jalan-jalan/jalan raya

Jika semakin lama suatu tempat tujuan menarik semakin banyak wisatawan, maka dengan sendirinya akan mendorong perkembangan infrastruktur. Dalam kasus lain hal lain yang sebaliknya yang berlaku, perkembangan infrastruktur perlu untuk mendorong perkembangan pariwisata, infrastruktur dari suatu daerah sebenarnya dinikmati baik oleh wisatawan maupun rakyat yang juga tinggal disana, maka ada keuntungan bagi penduduk yang bukan wisatawan. Pemenuhan atau penciptaan infrastruktur adalah suatu cara untuk menciptakan suasana yang cocok bagi perkembangan wisata.

#### 4. *Trasportations* (transportasi)

Dalam pariwisata, kemajuan dunia transportasi atau perangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan pariwisata, transportasi baik transportasi darat, udara, maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung

yang merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata, yang menyebabkan pergerakan seluruh roda industri pariwisata, yang menyebabkan pergerakan seluruh roda industri pariwisata mulai dari tempat sang wisatawan tinggal menuju tempat dimana objek wisata berada sampai kembali lagi ke tempat asal.

#### 5. *Hospitality* (keramahtamahan)

Wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang tujuan wisata yang akan mereka datangi. Situasi yang kurang aman mengenai makanan, air, atau perlindungan memungkinkan orang menghindari berkunjung ke suatu lokasi. Maka kebutuhan dasar akan keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan serta keramahtamahan tenaga kerja wisata perlu dipertimbangkan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata.

### **2.1.3.3 Karakteristik Industri Pariwisata**

Menurut Spillane (1987), industri pariwisata mempunyai beberapa sifat khusus, yaitu:

- a. Produk wisata tidak dapat dipindahkan karena orang tidak dapat membawa produk wisata pada wisatawan, tetapi wisatawan itu sendiri

yang harus mengunjungi, mengalami, dan datang menikmati produk wisata tersebut.

- b. Produksi dan konsumsi terjadi pada waktu yang bersamaan, tanpa wisatawan yang sedang menggunakan jasa wisata itu tidak akan terjadi kegiatan produksi wisata.
- c. Pariwisata tidak mempunyai standar ukuran yang obyektif karena pariwisata memiliki berbagai ragam jenis pariwisata.
- d. Wisatawan tidak dapat mencicipi, mengetahui, ataupun menguji produk itu sebelumnya karena wisatawan hanya melihat dari brosur ataupun alat promosi lainnya.
- e. Produk wisata mengandung resiko tinggi karena memerlukan modal besar, sedangkan permintaannya sangat peka dan rentan terhadap situasi ekonomi, politik, sikap masyarakat, kesenangan wisatawan, dan sebagainya.

#### **2.1.3.4 Ciri-Ciri Industri Pariwisata**

Menurut Yoeti (2008) pariwisata memiliki enam ciri-ciri antara lain:

- a. *Service Industry*

Perusahaan yang membentuk industri pariwisata adalah perusahaan jasa (*service industry*) yang masing-masing bekerja sama menghasilkan produk (*good and services*) yang dibutuhkan wisatawan selama dalam perjalanan wisata pada daerah tujuan wisata.

Pengertian-pengertian yang terkandung dalam *services industry* antara lain:

- 1) Penyediaan jasa-jasa pariwisata (*tourist supply*) berlaku pula hukum ekonomi dan tidak terlepas dari permasalahan permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*).
- 2) Penawaran (*supply*) dalam industri pariwisata tidak tersedia bebas akan tetapi diperlukan pengolahan dan pengorbanan (biaya) untuk memperolehnya.

b. *Labor Intensive*

Yang dimaksud dengan *labor intensive* pariwisata sebagai suatu industri adalah banyak menyerap tenaga kerja. Dalam suatu penelitian mengatakan beberapa persen dari belanja wisatawan pada suatu daerah wisata digunakan untuk membayar upah dan gaji (*wages and salaries*).

c. *Capital Intensive*

Industri pariwisata sebagai *capital intensive* adalah untuk membangun sarana dan prasarana industri pariwisata diperlukan modal yang besar untuk investasi, akan tetapi dilain pihak pengembalian modal yang diinvestasikan itu relatif lama dibandingkan dengan industri manufaktur lainnya.

d. *Sensitive*

Industri pariwisata sangat peka terhadap keamanan (*security*) dan kenyamanan (*comfortably*). Dalam melakukan perjalanan wisata tidak seorang pun wisatawan yang mau mengambil resiko dalam perjalanan

yang dilakukan. Sebagai contoh ketika terjadi ledakan bom di Bali kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali turun merosot hingga hotel, restoran dan toko cenderamata menutup usahanya.

e. *Seasonal*

Industri pariwisata sangat dipengaruhi oleh musim, bila pada masa musim liburan (*peak season*) semua kapasitas akan terjual habis dan sebaliknya pada masa musim libur selesai (*off-season*) semua kapasitas terbengkalai (*idle*) karena sepi pengunjung.

f. *Quick Yielding Industry*

Dengan mengembangkan pariwisata sebagai suatu industri, devisa (*foreign exchange*) akan lebih cepat jika dibandingkan dengan kegiatan ekspor yang dilakukan secara konvensional. Devisa yang diperoleh langsung pada saat wisatawan melakukan perjalanan wisata, karena wisatawan harus membayar semua kebutuhannya mulai dari akomodasi hotel, makanan dan minuman, transportasi lokal, oleh-oleh atau cenderamata, hiburan *city sightseeing* dan *tours*. Semuanya dibayar dengan valuta asing yang tentunya ditukarkan di *money changer* atau bank.

#### 2.1.4 Objek dan Atraksi Wisata

Dalam pengembangan produk industri pariwisata, objek dan atraksi wisata mempunyai peranan sekaligus menentukan dalam penarikan kunjungan

wisatawan. Kedua unsur ini merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan, karena dimana ada obyek wisata maka disana pula terdapat atraksi wisata. Sesuatu yang dapat disebut dengan obyek wisata yaitu apabila untuk melihat obyek tersebut tidak ada persiapan yang dilakukan terlebih dahulu. Dengan kata lain obyek dapat dilihat secara langsung tanpa bantuan orang lain seperti pemandangan alam, gunung, sungai, danau, candi, monumen, mesjid, gereja, dan pura. Semuanya itu dapat dilihat tanpa bantuan orang lain, walaupun terkadang harus membayar untuk sekedar tanda masuk atau dikenal sebagai karcis.

Berbeda halnya dengan atraksi wisata yaitu segala sesuatu yang harus dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat dan dinikmati. Misalnya tarian, kesenian, rakyat, dan upacara adat. Tanpa persiapan yang matang maka atraksi tidak dapat menarik dan tidak berjalan dengan lancar sehingga tidak menjadi daya tarik bagi wisatawan. Jadi, obyek dan atraksi wisata merupakan segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang dapat menjadi daya tarik agar orang-orang mau berkunjung ke tempat tersebut.

Hal-hal yang dapat menarik untuk berkunjung ke suatu tempat daerah tujuan wisata (Yoeti, 2008):

1. Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta seperti iklim (matahari, kesejukan, kering, panas, dan hujan), bentuk tanah dan pemandangan (lembah, pegunungan, air terjun, dan gunung berapi), hutan belukar, flora dan fauna, pusat-pusat kesehatan (sumber air panas, sumber air mineral, dan belerang).

2. Hasil ciptaan manusia, baik yang bersifat sejarah, kebudayaan, maupun keagamaan, seperti monumen bersejarah, museum, kesenian rakyat, kerajinan rakyat, acara tradisional, festival kesenian, dan tempat ibadah.
3. Tata cara hidup masyarakat adalah salah satu sumber terpenting untuk ditawarkan kepada para wisatawan. Misalnya adat istiadat Ngaben di Bali, Sekaten di Yogyakarta, Penggilingan Padi di Karanganyar, dan Upacara Waisak di Borobudur.

Dalam kaitannya dengan obyek dan atraksi wisata maka pengembangan suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata yang dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus diperlukan bahwa daerah tersebut mempunyai *something to see, something to do, dan something to buy*. *Something to see* artinya di daerah tersebut harus ada obyek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki oleh daerah lain, sehingga daerah tersebut mempunyai karakteristik tersendiri. *Something to do* berarti di tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, ada pula fasilitas rekreasi yang harus tersedia yang dapat membuat para wisatawan betah untuk tinggal lebih lama di daerah tersebut. *Something to buy* artinya tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang-barang *souvenir* dan kerajinan rakyat. Selain itu tersedia sarana pendukung seperti bank, kantor pos, dan telekomunikasi.



### **2.1.5 Pendekatan Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*)**

Pada mulanya pendekatan biaya perjalanan ini digunakan untuk menilai manfaat yang diterima masyarakat dari penggunaan barang dan jasa lingkungan. Pendekatan ini juga mencerminkan kesediaan masyarakat untuk membayar barang dan jasa yang diberikan lingkungan dibanding dengan jasa lingkungan dimana mereka berada pada saat tersebut. Banyak contoh sumber daya lingkungan yang dinilai dengan pendekatan ini berkaitan dengan jasa-jasa lingkungan untuk rekreasi di luar rumah yang seringkali tidak diberikan nilai yang pasti. Untuk tempat wisata, pada umumnya hanya dipungut harga karcis yang tidak cukup untuk mencerminkan nilai jasa lingkungan dan juga tidak mencerminkan kesediaan membayar oleh para wisatawan yang memanfaatkan sumber daya alam tersebut. Untuk lebih sempurnanya perlu diperhitungkan pula nilai kepuasan yang diperoleh para wisatawan yang bersangkutan (Suparmoko, 2000).

Dalam memperkirakan nilai tempat wisata tersebut tentu menyangkut waktu dan biaya yang dikorbankan oleh para wisatawan dalam menuju dan meninggalkan tempat wisata tersebut. Semakin jauh jarak wisatawan ke tempat wisata tersebut, akan semakin rendah permintaannya terhadap tempat wisata tersebut. Permintaan yang dimaksud tersebut adalah permintaan efektifnya yang dibarengi dengan kemampuan untuk membeli. Para wisatawan yang lebih dekat dengan lokasi wisata tentu akan lebih sering berkunjung ke tempat wisata tersebut dengan adanya biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa wisatawan mendapatkan surplus konsumen. Surplus konsumen merupakan kelebihan kesediaan membayar

atas harga yang telah ditentukan. Oleh karena itu surplus konsumen yang dimiliki oleh wisatawan yang jauh tempat tinggalnya dari tempat wisata akan lebih rendah dari pada mereka yang lebih dekat tempat tinggalnya dari tempat wisata tersebut (Suparmoko, 2000).

Pendekatan *travel cost* banyak digunakan dalam perkiraan nilai suatu tempat wisata dengan menggunakan berbagai variabel. Pertama kali dikumpulkan data mengenai jumlah pengunjung, biaya perjalanan yang dikeluarkan, serta faktor lain seperti tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan mungkin juga agama dan kebudayaan serta kelompok etnik dan sebagainya. Data atau informasi tersebut diperoleh dengan cara mewawancarai para pengunjung tempat wisata untuk mendapatkan data yang diperlukan (Suparmoko, 2000).

Untuk menilai ekonomi dengan pendekatan biaya perjalanan ada dua teknik yang dapat digunakan yaitu:

- 1) Pendekatan sederhana melalui zonasi
- 2) Pendekatan individual

Melalui metode biaya perjalanan dengan pendekatan zonasi, pengunjung dibagi dalam beberapa zona kunjungan berdasarkan tempat tinggal atau asal pengunjung, dan jumlah kunjungan tiap minggu dalam penduduk di setiap zona dibagi dengan jumlah pengunjung pertahun untuk memperoleh data jumlah kunjungan per seribu penduduk dan penelitiannya dengan menggunakan data sekunder.

Sedangkan metode biaya perjalanan dengan pendekatan individual, metode biaya perjalanan dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui survey.

Fungsi permintaan dari suatu kegiatan rekreasi dengan metode biaya perjalanan melalui pendekatan individual dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$V_{ij} = f(C_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, F_{ij}, M_i) \dots\dots\dots(2.4)$$

Dimana:

$V_{ij}$  : jumlah kunjungan oleh individu I ke tempat j

$C_{ij}$  : biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu I untuk mengunjungi lokasi j

$T_{ij}$  : biaya waktu yang dikeluarkan oleh individu I untuk mengunjungi lokasi j

$Q_{ij}$  : persepsi responden terhadap kualitas lingkungan dari tempat yang dikunjungi

$S_{ij}$  : karakteristik substitusi yang mungkin ada di daerah lain

$F_{ij}$  : faktor fasilitas-fasilitas di daerah j

$M_i$  : pendapatan dari individu I

(Fauzi, 2004)

## 2.2 Hubungan Antar Variabel

Untuk menjelaskan variabel-variabel peneliti akan menghubungkan variabel-variabel dengan teori-teori yang ada, antara lain sebagai berikut:

### 1. Jumlah permintaan kunjungan objek wisata Museum Sangiran

Menurut Novrani Sitohang (2013) dalam teori permintaan jumlah barang yang diminta ( $Q_D$ ) dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga itu sendiri ( $P_Q$ ), harga barang substitusi ( $P_{S,i}$ ), pendapatan ( $Y$ ), selera ( $S$ ), dan jumlah penduduk ( $D$ ). Dan dalam penelitian ini diduga terdapat juga faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan kunjungan objek wisata Museum Sangiran seperti biaya perjalanan ke objek wisata Museum Sangiran, pendapatan individu, waktu luang, lama perjalanan dari tempat tinggal, fasilitas-fasilitas, nilai sejarah, umur, dan jarak dari tempat tinggal pengunjung menuju objek wisata Museum Sangiran.

## **2. Biaya perjalanan ke objek wisata Museum Sangiran**

Menurut Yoeti (2008) ketika melakukan perjalanan wisata wisatawan akan menggunakan pendapatan bebas (*disposable income*) untuk keperluan wisata seperti akomodasi hotel, makanan dan minuman, transportasi dan lain-lain (*laundry*, surat kabar). Dalam hal ini variabel biaya perjalanan ke objek wisata Museum Sangiran meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, biaya paket wisata serta biaya-biaya lain yang relevan.

## **3. Pendapatan individu**

Pendapatan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi permintaan pariwisata. Perubahan dalam pendapatan akan menimbulkan perubahan permintaan suatu produk (Sadono Sukirno,

1994). Pendapatan yang naik dengan harga yang relatif konstan, efeknya banyak pada jenis pariwisata dan daerah tujuan wisata kemungkinan besar adalah positif. Dengan demikian, kenaikan pendapatan akan mengakibatkan permintaan pada kebanyakan barang dan jasa lainnya. Dapat diasumsikan bahwa apabila pariwisata merupakan barang yang normal, maka jika penghasilan naik maka akan semakin banyak orang untuk melakukan kunjungan ke tempat-tempat wisata untuk berekreasi sehingga meningkatkan kunjungan ke tempat wisata. Apabila pendapatan individu tinggi, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata akan semakin tinggi, sebaliknya apabila pendapatan individu rendah, maka kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata akan semakin rendah.

#### **4. Waktu luang**

Salah satu faktor yang mempengaruhi orang-orang dalam melakukan perjalanan wisata adalah adanya waktu luang (*leisure time*). Semakin panjang waktu senggang yang tersedia dapat memperbanyak jumlah waktu berlibur. Pendapatan yang besar tidak akan ada artinya jika tidak terdapat waktu luang untuk melakukan perjalanan wisata (Yoeti, 2008).

#### **5. Fasilitas-fasilitas**

Dalam melakukan perjalanan wisata, wisatawan membutuhkan berbagai fasilitas wisata untuk menunjang kegiatan wisata mereka seperti fasilitas ibadah, fasilitas rekreasi, restoran, fasilitas hiburan,

fasilitas kamar mandi dan lain-lain (Suwantoro, 1997). Fasilitas merupakan unsur industri pariwisata yang sangat penting. Berapa pun besarnya suatu daerah tujuan wisata, jika fasilitasnya tidak memadai, maka keinginan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut akan diurungkan (Spillane, 1987). Seluruh fasilitas itu dibangun dengan tujuan menimbulkan rasa betah dan nyaman kepada wisatawan untuk tinggal lebih lama di objek wisata tersebut dan berniat untuk kembali lagi kesana dalam lain kesempatan.

#### **6. Nilai sejarah Museum Sangiran**

Keputusan untuk melakukan perjalanan lebih banyak menyangkut pemilihan daerah tujuan wisata. Pemilihan ini ditentukan oleh daya tarik yang terdapat di daerah yang akan dikunjungi (Yoeti, 2008). Daerah tujuan wisata yang memiliki daya tarik dalam Museum Sangiran ini adalah nilai sejarahnya akan meningkatkan jumlah permintaan objek wisata tersebut.

#### **7. Umur pengunjung**

Umur berkaitan dengan kemampuan fisik dan produktifitas wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata serta menjadi faktor yang menentukan pola pikir seseorang dalam menentukan jenis barang dan jasa yang akan dikonsumsi termasuk keputusan untuk mengalokasikan pendapatan yang akan digunakan untuk melakukan perjalanan wisata.

#### **8. Jarak**

Jarak antara daerah tempat tinggal ke tempat objek wisata juga mempengaruhi permintaan akan kunjungan. Seseorang cenderung lebih memilih tujuan wisata yang dekat dengan tempat tinggalnya untuk menekan biaya pengeluaran dalam berwisata. Oleh karena itu apabila semakin dekat jarak objek wisata terhadap tempat tinggal maka orang akan tertarik mengunjungi objek wisata itu dan sebaliknya.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh **Djijono (2002)** berjudul *Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman, Propinsi Lampung* bertujuan untuk mengetahui nilai ekonomi menggunakan metode biaya perjalanan wisata dengan menggunakan variabel-variabel seperti jumlah kunjungan per 1000 orang, biaya perjalanan, pendapatan atau uang saku, jumlah penduduk kecamatan tempat pengunjung berasal, pendidikan, waktu kerja, waktu luang, dan biaya transportasi. Cara penghitungan dengan metode ini menggunakan biaya transportasi pulang pergi dari tempat tinggal ke objek wisata Wan Abdul Rachman dan pengeluaran lain selama di perjalanan dan di dalam objek wisata Wan Abdul Rachman seperti konsumsi, parkir, tiket masuk, dokumentasi, dan lain-lain. Hasil uji statisitik menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi jumlah kunjungan adalah pendidikan, jumlah penduduk, dan waktu luang. Rata-rata kesediaan untuk mengeluarkan uang sebesar Rp 25.320,558 per 1000 orang, nilai yang dikorbankan sebesar Rp 6.045,3443 per 1000 orang dan surplus konsumen sebesar Rp 9.275,2137 per 1000 orang.

Penelitian yang dilakukan oleh **Irma Afia Salma dan Indah Susilowati (2004)** dengan judul Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan menggunakan Metode Biaya Perjalanan (Individual Travel Cost Method). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung objek wisata alam, penelitian ini menggunakan alat analisis linier berganda dengan variabel jumlah kunjungan individu, variabel travel cost ke Curug Sewu meliputi biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, tiket masuk, parkir, dokumentasi, dan biaya lain-lain, variabel biaya ke objek wisata lain, variabel umur, variabel pendidikan, variabel penghasilan, dan variabel jarak. Dari keenam variabel, hanya dua variabel yang signifikan yaitu biaya perjalanan dan jarak. Variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain dalam penelitian ini adalah objek wisata Simpang Lima dan diperoleh nilai koefisiennya negatif yang berarti kedua objek wisata merupakan barang komplementer. Surplus konsumen sebesar Rp. 224.198,7 per individu per kunjungan menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh oleh konsumen masih jauh diatas biaya perjalanan yaitu sebesar Rp. 87.652 per kunjungan.

Dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Permintaan dan Nilai Ekonomi Wisata Pulau Situ Gintung-3 dengan Metode Biaya Perjalanan, **Tri Firandari (2009)** bertujuan untuk menduga fungsi permintaan dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata, mengestimasi besarnya surplus konsumen dan nilai ekonomi objek wisata, mengestimasi willingness to pay pengunjung terhadap harga tiket objek wisata. Variabel yang digunakan adalah jumlah permintaan wisata, biaya perjalanan ke objek wisata, lama



mengetahui objek wisata dan jarak dengan menggunakan alat analisis regresi Poisson. Dari penelitian diperoleh hasil bahwa biaya perjalanan dan jarak memiliki korelasi negatif terhadap jumlah permintaan wisata, sedangkan variabel lama mengetahui objek wisata berpengaruh secara positif terhadap jumlah permintaan. Surplus konsumen sebesar Rp 28.985,51 per kunjungan, hal ini mempunyai arti bahwa pengunjung masih mendapatkan kelebihan manfaat ketika melakukan kunjungan. Pulau Situ Gintung-3 yang memanfaatkan sumber daya alam dan lingkungan memiliki nilai manfaat atau ekonomi sebesar Rp 3.373.130.755,00. Berdasarkan analisis willingness to pay (WTP) terhadap harga tiket masuk Pulau Situ Gintung- 3 masih mau membayar tiket masuk sampai taraf harga Rp 8.577,00 dengan mempertahankan kelestarian lingkungan dan pengembangan wisata serta penambahan fasilitas wisata.

Penelitian **Novrani Anasthacia (2014)** yang berjudul Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Objek Wisata Taman Nasional Karimunjawa Kabupaten Jepara, Diketahui bahwa variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain dan lama perjalanan, berpengaruh negatif terhadap jumlah permintaan objek wisata sedangkan variabel biaya perjalanan, pendapatan individu, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat dan keindahan alam Laut Karimunjawa menunjukkan pengaruh yang positif terhadap jumlah permintaan objek wisata. Variabel yang signifikan yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata Karimunjawa, biaya perjalanan ke objek wisata lain (P.Kartini), fasilitas, karakteristik masyarakat, dan keindahan alam Laut Karimunjawa, sedangkan

variabel pendapatan, lama perjalanan, jarak, dan umur tidak signifikan mempengaruhi jumlah permintaan objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa. Nilai ekonomi objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa memiliki surplus konsumen sebesar Rp 639.766,- per individu per satu kali kunjungan, sehingga dapat dihitung nilai ekonomi wisata objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa dengan pendekatan biaya perjalanan individu sebesar Rp 3.751.459.871,- (nilai surplus konsumen individu per tahun dikalikan dengan jumlah pengunjung tahun 2013). Kemampuan membayar masyarakat atas objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa adalah Rp 639.766,- per individu per kunjungan, jauh dibawah pengeluaran rata-rata yang dikeluarkan pengunjung yaitu Rp 1.180.600.-

Penelitian yang dilakukan oleh **Anthony Siallagan** dan **Evi Yulia** (2011) dengan judul Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Objek Wisata Batu Kursi Siallagan, Kecamatan Simanindo, Kabupaten Samosir. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel biaya perjalanan, variabel pendapatan individu, variabel lama perjalanan, variabel waktu luang, variabel fasilitas-fasilitas, variabel karakteristik masyarakat, dan variabel keindahan alam Danau Toba terhadap jumlah permintaan objek wisata Batu Kursi Siallagan. Variabel yang diteliti meliputi biaya perjalanan, pendapatan individu, lama perjalanan, waktu luang, fasilitas-fasilitas, karakteristik masyarakat, dan keindahan alam Danau Toba. Nilai koefisien determinasi atau  $R^2$  sebesar 0,3674 yang berarti 36,74 persen jumlah permintaan objek wisata secara bersama-sama dijelaskan oleh variasi variabel-

variabel independen. Variabel yang berpengaruh signifikan adalah pendapatan individu, lama perjalanan, waktu luang dan keindahan alam Danau Toba.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil
Dijiono 2002	Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode <i>Travel Cost</i> Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman, Propinsi Lampung	Dependen: • Jumlah kunjungan per 1000 penduduk Independen: • <i>Travel Cost</i> • Biaya transportasi • Pendapatan atau uang saku per bulan • Jumlah penduduk kecamatan asal pengunjung • Pendidikan • Waktu kerja per minggu • Waktu luang perminggu	Regresi Linier Berganda	Dari hasil uji statistik diperoleh hasil variabel yang mempengaruhi jumlah kunjungan adalah jumlah penduduk, pendidikan, dan waktu luang. Rata-rata kesediaan untuk mengeluarkan uang sebesar Rp 25.320,558 per 1000 orang, nilai yang dikorbankan sebesar Rp 6.045,3443 per 1000 orang dan surplus konsumen sebesar Rp 9.275,2137 per 1000 orang.
Irma Afia Salma dan Indah Susilowati 2004	Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan <i>Travel Cost</i>	Dependen: • Jumlah kunjungan Wisata Alam Curug Sewu Independen: • <i>Travel cost</i> (Rp) • Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Rp) • Umur pengunjung (th) • Pendidikan • Penghasilan rata-rata sebulan	Regresi Linear Berganda	Nilai ekonomi Curug Sewu yaitu nilai surplus konsumen yang diperoleh sebesar Rp 896.734,9 per individu per tahun atau Rp 224.198,7 per individu per satu kali kunjungan, sehingga dihitung total nilai ekonomi wisata alam Curug Sewu sebesar 12.377.025.750,00 dari hasil uji signifikansi diperoleh bahwa hanya dua yang signifikan secara statistik yaitu travel cost ke Curug Sewu dan jarak, sedangkan – independen yang lain tidak

		(Rp) •Jarak (km)		mempengaruhi secara signifikan terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Alam Curug Sewu Kendal.
Tri Firandari 2009	Analisis Permintaan dan Nilai Ekonomi Wisata Pulau Situ Gintung-3 dengan Metode Biaya Perjalanan	Dependen: •Jumlah permintaan Wisata Independen: • <i>Travel cost</i> (Rp) •Lama mengetahui objek wisata •Jarak	Regresi Poisson	Dari penelitian diperoleh hasil bahwa biaya perjalanan dan jarak memiliki korelasi negatif terhadap jumlah permintaan wisata, sedangkan variabel lama mengetahui objek wisata berpengaruh secara positif terhadap jumlah permintaan. Surplus konsumen sebesar Rp28.985,51 per kunjungan, hal ini berarti pengunjung masih mendapatkan kelebihan manfaat ketika melakukan kunjungan. Pulau Situ Gintung-3 yang memanfaatkan sumber daya alam dan lingkungan memiliki nilai manfaat atau nilai ekonomi sebesar Rp3.373.130.755,00. Berdasarkan analisis <i>Willingness to Pay</i> (WTP) terhadap harga tiket Pulau Situ Gintung-3 masih mau membayar tiket masuk sampai taraf harga Rp8.577,00 dengan mempertahankan kelestarian lingkungan dan pengembangan fasilitas wisata.
Novrani Anasthacia 2014	Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Objek Wisata Taman Nasional	Dependen: •Jumlah permintaan objek wisata Independen: • <i>Travel Cost</i> (Rp)	Regresi Linear Berganda	Nilai ekonomi objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa memiliki surplus konsumen sebesar Rp 639.766,- per individu per satu kali kunjungan, sehingga dapat dihitung nilai ekonomi

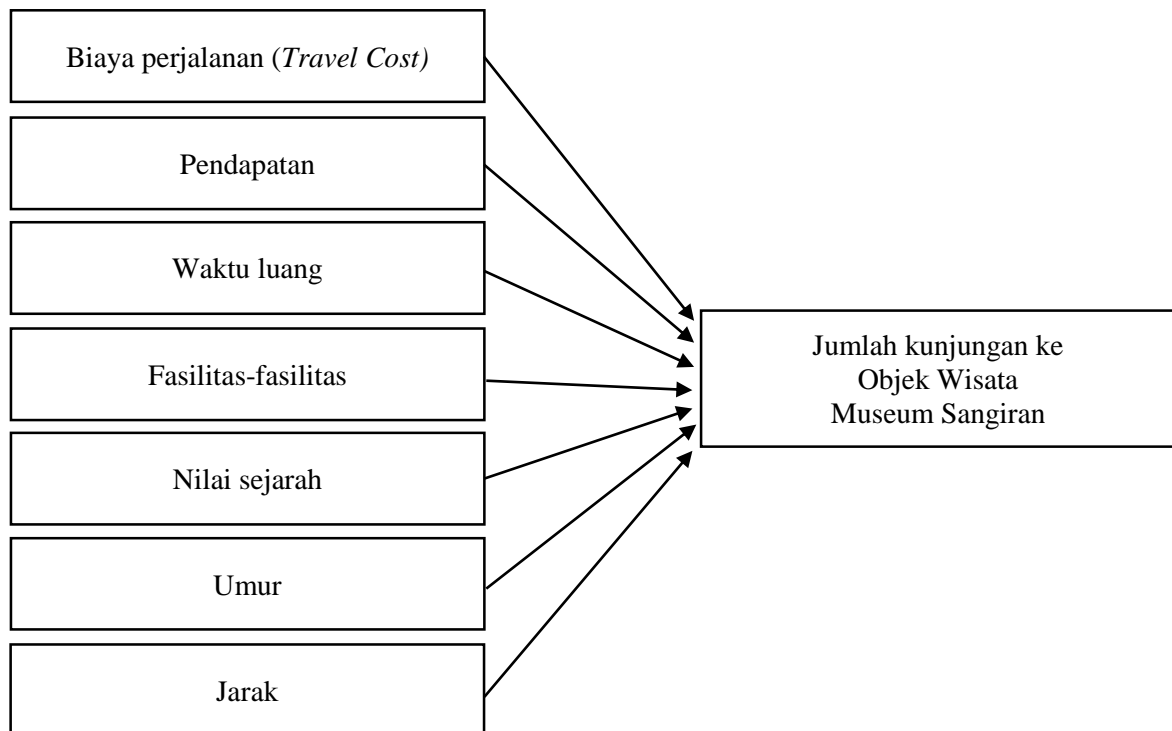
	Karimunjawa Kabupaten Jepara	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya perjalanan ke objek wisata lain (Rp)</li> <li>• Pendapatan individu</li> <li>• Lama perjalanan</li> <li>• Jarak (km)</li> <li>• Umur</li> <li>• Fasilitas-fasilitas</li> <li>• Karakteristik masyarakat</li> <li>• Keindahan alam Karimunjawa</li> </ul>		wisata objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa dengan pendekatan biaya perjalanan individu sebesar Rp 3.751.459.871,-(nilai surplus konsumen individu per tahun dikalikan dengan jumlah pengunjung tahun 2013). Kemampuan membayar masyarakat atas objek wisata Taman Nasional Laut Karimunjawa adalah Rp 639.766,- per individu per kunjungan, jauh dibawah pengeluaran rata-rata yang dikeluarkan pengunjung yaitu Rp 1.180.600.-
Anthony Siallagan 2011	Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Objek Wisata Batu Kursi Siallagan, Kecamatan Simanindo, Kabupaten Samosir.	Dependensi : Jumlah permintaan wisata ke objek wisata Independensi : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya perjalanan ke objek wisata</li> <li>• Biaya perjalanan ke objek wisata lain</li> <li>• Pendapatan</li> <li>• Lama perjalanan</li> <li>• Waktu luang</li> <li>• Umur</li> <li>• Fasilitas-fasilitas</li> <li>• Karakteristik masyarakat</li> <li>Keindahan alam Danau Toba.</li> </ul>	Analisis Linier Berganda, <i>Tavel Cost</i>	Nilai koefisien determinasi atau $R^2$ sebesar 0,3674 yang berarti 36,74 persen jumlah permintaan objek wisata secara bersama-sama dijelaskan oleh variasi variabel-variabel independen.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Pariwisata sebagai sebuah industri tidak seperti industri manufaktur pada umumnya, industri pariwisata tidak berdiri sendiri karena industri pariwisata lebih bersifat tidak berwujud. Unsur-unsur yang mendukung pariwisata sebagai sebuah industri adalah daya tarik, fasilitas-fasilitas, infrastruktur, transportasi dan keramahtamahan (Spillane, 1987).

Secara umum industri pariwisata dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pendapatan yang bebas digunakan untuk berwisata, besarnya jumlah penduduk dan pertumbuhan penduduk, keadaan masyarakat, motivasi untuk melakukan perjalanan wisata, dan adanya insentif yang diberikan untuk berwisata (Yoeti, 2008). Selain itu terdapat juga faktor-faktor yang menentukan permintaan khusus pariwisata seperti harga, daya tarik wisata, kemudahan berkunjung, informasi dan layanan sebelum kunjungan, dan citra (Yoeti, 2008).

Objek wisata Museum Sangiran sebagai salah satu objek wisata yang sedang mengalami perkembangan dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara juga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Museum Sangiran maka akan diukur dengan variabel-variabel penelitian seperti biaya perjalanan ke objek wisata Museum Sangiran, pendapatan individu, waktu luang, jarak, umur, fasilitas-fasilitas, dan nilai sejarah objek wisata Museum Sangiran.

**Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran**



## 2.5 Hipotesis

Berdasarkan uraian dan perumusan masalah di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat negatif antara biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek Wisata Museum Sangiran terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek Wisata Museum Sangiran.
2. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara pendapatan atau uang saku rata-rata individu perbulan terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek Wisata Museum Sangiran.
3. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara waktu luang terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek Wisata Museum Sangiran.
4. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara fasilitas-fasilitas di objek wisata terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek Wisata Museum Sangiran.
5. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara nilai sejarah Museum Sangiran terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek Wisata Museum Sangiran.
6. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara umur pengunjung terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek Wisata Museum Sangiran.

7. Diduga terdapat pengaruh signifikan dan bersifat positif antara jarak dari tempat tinggal pengunjung terhadap jumlah kunjungan wisata ke objek Wisata Museum Sangiran.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas, sedangkan variabel bebas adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan delapan variabel penelitian yaitu jumlah kunjungan objek wisata Museum Sangiran, biaya perjalanan, pendapatan, waktu luang, umur pengunjung, jarak tempat tinggal, fasilitas, dan nilai sejarah yang terdapat di objek wisata Museum Sangiran.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat di klarifikasi menjadi dua bagian yaitu:

1. Variabel terikat (*Dependent Variable*) dalam penelitian ini adalah variabel jumlah kunjungan ke objek wisata Museum Sangiran.
2. Variabel bebas (*Independent Variabel*) yang meliputi jumlah biaya yang di keluarkan untuk melakukan sekali perjalanan (*Travel Cost*) ke objek wisata Museum Sangiran, variabel pendapatan perbulan, variabel waktu luang, variabel umur, variabel jarak, variabel fasilitas, dan variabel nilai sejarah yang terdapat di objek wisata Museum Sangiran.

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur suatu variabel yang akan digunakan. Terdapat satu variabel terikat dan tujuh variabel bebas yang digunakan dalam analisis kunjungan wisatawan ke objek wisata Museum Sangiran.

Variabel-variabel dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Jumlah kunjungan ke objek wisata Museum Sangiran

Jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Museum Sangiran diukur melalui banyaknya kunjungan wisata yang dilakukan oleh individu ke objek wisata Museum Sangiran. Variabel ini diukur secara kontinyu dalam satu kekerapan (kali) per tahun.

2. Biaya perjalanan ke objek wisata Museum Sangiran

Biaya perjalanan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan untuk mengunjungi kawasan wisata Museum Sangiran. Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Variabel ini diukur secara kontinyu dengan satuan rupiah (Rp/kunjungan).

3. Pendapatan atau uang saku individu

Pendapatan atau uang saku per bulan oleh pengunjung objek wisata Museum Sangiran. Diukur dengan satuan rupiah (Rp).

4. Waktu Luang

Jumlah waktu yang dimiliki oleh pengunjung ketika tidak bekerja dalam satu bulan. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala

kontinyu dalam satuan jam dalam satuan bulan (jam/bulan).

5. Fasilitas-Fasilitas

Fasilitas-fasilitas adalah persepsi pengunjung terhadap fasilitas yang ada di objek wisata Museum Sangiran dan di ukur dengan satuan skala likert. (1 = tidak lengkap, 2 = kurang lengkap, 3 = cukup lengkap, 4 = lengkap, 5 = sangat lengkap).

6. Nilai sejarah objek wisata Museum Sangiran

Variabel ini menunjukkan persepsi atas nilai sejarah Museum Sangiran yang mempengaruhi wisatawan untuk datang ke Museum Sangiran. Variabel ini diukur dengan satuan skala likert. (1 = sangat tidak bermanfaat, 2 = kurang bermanfaat, 3 = cukup bermanfaat, 4 = bermanfaat, 5 = sangat bermanfaat).

7. Umur

Variabel ini merupakan umur dari pengunjung objek wisata Museum Sangiran. Diukur dengan menggunakan skala kontinyu dengan satuan tahun (Th).

8. Jarak

Jarak rumah pengunjung dengan objek wisata Museum Sangiran di Kecamatan Kalijambe. Variable ini diukur secara kontinyu dengan satuan kilometer (Km).

## **3.2 Populasi dan Sampel**

### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dari karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan objek wisata Museum Sangiran yang sedang melakukan kunjungan wisata. Jumlah populasi tidak dapat ditentukan secara pasti karena wisatawan yang melakukan kunjungan berbeda setiap harinya.

### **3.2.2 Sampel**

Sampel penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability* sampling dengan bentuk *quota accidental sampling*, dimana sampling ini mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data yang didapat mewakili dari dimensi-dimensi populasi, berhubungan dengan topik yang sedang diteliti dan tidak berdasarkan pada strata atau daerah tertentu (Cooper, 2011)

Menurut Hair et al. (1998), menaikkan jumlah sampel akan menghasilkan hasil yang memuaskan pada uji statistik. Dalam penelitian ini diambil 100 sampel. Jumlah sampel yang semakin besar diharapkan dapat memenuhi distribusi normal.

## **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, seperti jumlah kunjungan wisata, jumlah biaya perjalanan ke objek wisata, data jumlah pendapatan individu.
2. Data kualitatif adalah data yang digunakan untuk melengkapi, menjelaskan dan memperkuat data kuantitatif dalam menganalisis data yang diteliti.

Sumber data dapat dibedakan dan diperoleh menjadi dua bagian:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari wawancara langsung dengan menggunakan daftar yang telah dipersiapkan terlebih dahulu dan pengisian kuesioner oleh responden yang ditemui sedang berwisata di objek wisata Museum Sangiran.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil pengolahan pihak kedua atau data yang diperoleh dari hasil publikasi pihak lain seperti pengelola objek wisata Museum Sangiran, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sragen, Badan Pusat Statistik, internet, serta literatur-literatur berupa buku maupun jurnal yang dapat mendukung penelitian.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini terdapat beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data:

1. Studi kepustakaan yaitu salah satu cara untuk memperoleh data dengan membaca literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.
2. Metode dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mengambil data yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dari hasil publikasi lembaga-lembaga atau instansi pemerintah seperti Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya, Badan Pusat Statistik, pihak pengelola dan lainnya.
3. Observasi, menurut Mohamade Ali, 1995 mengatakan bahwa Penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan terhadap obyek baik secara langsung maupun tidak langsung disebut pengamatan atau observasi. Teknik atau cara ini banyak digunakan baik dalam penelitian sejarah, deskriptif ataupun eksperimental, karena dengan pengamatan memungkinkan gejala-gejala penelitian dapat diamati dari dekat.
4. Kuesioner, sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui, Suharsimi Arikunto (1999).

### **3.5 Metode Analisis**

Dalam penelitian ini, jumlah kunjungan objek wisata Museum Sangiran diduga dengan menggunakan metode biaya perjalanan (*travel cost method*) yang meliputi biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, biaya retribusi masuk, dan biaya lain-lain.



### 3.5.1 Analisis Regresi Ordinal Model Logit

Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi ordinal model logit. Hal ini dikarenakan data variabel terikat (kunjungan wisatawan) mempunyai rentang 1 sampai dengan 4 sehingga data tidak berdistribusi normal. Frekuensi kunjungan wisata 1 kali diberi skor 1, 2 kali diberi skor 2, 3 kali diberi skor 3 dan 4 kali diberi skor 4. Dengan demikian pada pengujian regresi menggunakan regresi ordinal. Hasil uji statistik non parametrik pengaruh variable bebas terhadap variable terikat diperoleh nilai Z hitung.

Regresi ordinal adalah analisis statistik untuk mengetahui pengaruh variable bebas dan terikat dengan data yang bersifat ordinal atau data peringkat. Misalnya sehat, cukup sehat, kurang sehat dan tidak sehat, dimana sehat mempunyai peringkat lebih tinggi dibandingkan dengan cukup sehat, dan cukup sehat mempunyai peringkat lebih tinggi dibandingkan dengan kurang sehat. Analisis regresi ordinal juga disebut dengan PLUM (*Polytomous Universal Model*). Persamaan matematik regresi ordinal model logit sebagai berikut :

$$Li = \ln\left(\frac{p_i}{1 - p_i}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7$$

Keterangan :

- $X_1$  = variabel biaya perjalanan
- $X_2$  = variabel pendapatan atau uang saku rata-rata per bulan
- $X_3$  = variabel waktu luang
- $X_4$  = variabel fasilitas
- $X_5$  = variabel nilai sejarah
- $X_6$  = variabel umur
- $X_7$  = variabel jarak
- $\beta_0$  = konstanta
- $\beta_{1-6}$  = koefisien Regresi
- $p$  = probabilitas

Beberapa hal yang dapat dihasilkan dari analisis regresi data ordinal dalam *software eviws*:

1. Untuk mengevaluasi signifikan dan tidaknya variable bebas terhadap variable terikat menggunakan nilai statistik Z, dengan ketentuan:
  - a. Apabila Z hitung lebih besar daripada  $\pm 1,96$  dan nilai sig (p)  $< 0,05$  maka ada pengaruh variable bebas terhadap variable terikat.
  - b. Apabila Z hitung lebih kecil daripada  $\pm 1,96$  dan nilai sig (p)  $> 0,05$  maka tidak ada pengaruh variable bebas terhadap variable terikat.
2. Untuk menguji apakah semua variable bebas secara bersama-sama mempengaruhi atau tidak terhadap variable terikat, digunakan uji statistic *likelihood ratio* (LR). Nilai statistic LR mengikuti distribusi *chi square* ( $X^2$ ) dengan *degree of freedom* (df) sebanyak jumlah variable bebas.
  - a. Jika nilai *chi square* ( $X^2$ ) hitung lebih besar dari *chi square* ( $X^2$ ) table dan nilai probabilitas (p)  $< 0,05$  maka semua variable bebas secara bersama-sama mempengaruhi variable terikat.
  - b. Jika nilai *chi square* ( $X^2$ ) hitung lebih besar dari *chi square* ( $X^2$ ) table dan nilai probabilitas (p)  $> 0,05$  maka semua variable bebas secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel terikat.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengukur kebenaran model analisis regresi. Menurut Widarjono (2007) koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat yang dapat dinyatakan dalam persentase. Nilai

koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  menggunakan nilai McFadden (Pseudo R-squared).